

image market 2022 – Fünfte Erhebung zum Bildermarkt in Deutschland

Zum mittlerweile fünften Mal erfolgte im März dieses Jahres die Untersuchung der Arbeitsgruppe „image market – business trends“ und dem Bundesverband professioneller Bildanbieter BVPA zum deutschen Bildermarkt. Unter der Leitung von Prof. Lars Bauernschmitt wurden mit dieser Erhebung Bildagenturen und bildagenturähnlich arbeitende Fotografinnen und Fotografen zur aktuellen Entwicklung des Bildermarktes in Deutschland befragt. Wie bereits im vergangenen Jahr stand die Erhebung im Zeichen der Corona-Pandemie, deren Auswirkungen noch immer deutlich spürbar sind. Gleichzeitig belegen die Ergebnisse der Untersuchung aber auch den seit langem stattfindenden Strukturwandel der Bildbranche.

Obwohl die Zahl der Teilnehmenden erheblich unter der der Vorjahre lag, zeigen die Ergebnisse ganz deutlich die Veränderung der Bildbranche, die sich in einer Fragmentierung der Anbieterseite niederschlägt, neue Vertriebs- und Erlösmodelle hervorbringt und eine Verringerung der Zahl klassischer Bildagenturen nach sich zieht, wobei sich klassische Vertriebs- und Lizenzierungsmodelle allen Unkenrufen zum Trotz gleichzeitig als sehr langlebig erweisen.

- Nach wie vor bietet die überwiegende Zahl der Agenturen, die sich an dieser Erhebung beteiligten, die klassischen Lizenzierungsmodelle Rights Managed (71,4 Prozent der Agenturen) und Royalty Free (64,3 Prozent der Agenturen) an. Eigene Lizenzierungsmodelle bieten dagegen nur 14,3 Prozent der befragten Unternehmen. Dabei sind 63,9 Prozent der von diesen Unternehmen insgesamt angeboten Bilder RM-Material und nur 15,0 Prozent RF-Material.
- Das von den Befragten angebotene Bildmaterial wird von diesen mit 62,0 Prozent (RM) und 70,7 Prozent (RF) weit überwiegend exklusiv angeboten.
- Während von den Bildagenturen im Jahr 2020 nur drei von dreizehn, also 23,1 Prozent der Agenturen, die sich in diesem Jahr an der Erhebung beteiligten, Coronahilfen in Anspruch nahmen, waren das 2021 vier von dreizehn und damit 30,8 Prozent. Tendenziell ist die Zahl damit gestiegen, bleibt aber immer noch deutlich unter einem Drittel der Befragten. Die weit überwiegende Mehrheit der Agenturen hat keine Coronahilfen in Anspruch genommen.
- Unter den Befragten dieser Erhebung wurden vor allem einzelne Fotograf:innen, die auch agenturähnliche Dienstleistungen anbieten durch Coronahilfen unterstützt.

Zusammengefasst sind die Ergebnisse in einem 8-seitigen Bericht, der beim BVPA angefordert werden kann, und unter <http://www.larsbauernschmitt.de/forschung/> zum Download bereit steht.

Für Rückfragen:

lars.bauernschmitt@hs-hannover.de oder imagemarket@larsbauernschmitt.de .

Informationen zur Erhebung

Fotograf:innen wie auch die Mitarbeitenden in Bildagenturen erleben seit Jahren den medialen Strukturwandel. In dieser Situation sind Informationen zur Entwicklung der Branche von besonderer Bedeutung, um die Positionierung des eigenen Unternehmens zu planen. Der Vergleich der Daten der Bilderbranche mit den Kennzahlen des eigenen Unternehmens erlaubt es, eigene Abläufe im Branchenvergleich einzuordnen und unter Umständen weiterzuentwickeln. Hier gaben die in den vergangenen Jahren durchgeführten Erhebungen den Beteiligten wertvolle Hinweise.

Die Daten dieser Umfrage wurden anonym erhoben. Es war nicht möglich, bestimmte Antworten einem einzelnen Unternehmen zuzuordnen. Teilnehmende hatten die Möglichkeit, die ausführliche Auswertung nach Fertigstellung persönlich zugesandt zu bekommen.

Die Umfrage **image market - business trends 2022** umfasste 17 Fragen zu Umsätzen und Bildmengen sowie zu Lizenzierungsmodellen und Vertriebswegen.

Wie schon in den Vorjahren wurde versucht, einen Mittelweg zu finden zwischen dem Interesse an einer umfassenden Erhebung exakter Daten und der Minimierung des Aufwandes für die Befragten. Die Beantwortung aller Fragen dauerte ca. 10 bis 12 Minuten.

Durchgeführt wurde diese Befragung wieder von der Arbeitsgruppe „image market – business trends“ am Studiengang Fotojournalismus und Dokumentarfotografie der Hochschule Hannover, geleitet von Prof. Lars Bauernschmitt.

Lars Bauernschmitt ist seit 2008 als Professor an der Hochschule Hannover tätig, seit 2011 auch Sprecher des Studiengangs Fotojournalismus und Dokumentarfotografie. Von 1993 bis 2008 war er Geschäftsführer der internationalen Fotoagentur VISUM. Daneben war er von 2001 bis 2010 Mitglied des Vorstandes des Bundesverbandes professioneller Bildanbieter (BVPA), seit 2003 als Vorstandsvorsitzender. Daneben ist Lars Bauernschmitt auch als Lehrbeauftragter an der Justus-Liebig-Universität Gießen und als Fachautor tätig. Seine Forschungsfelder sind der globale Bildermarkt und medienübergreifendes Visual Storytelling.

Prof. Lars Bauernschmitt ist heute an keinem Unternehmen mehr beteiligt und widmet sich ausschließlich der Lehre und dem Verfassen von Buch- und Zeitschriftenbeiträgen über die Fotografie und den Bildermarkt.

Weitere Informationen über seine Arbeit finden Sie unter www.larsbauernschmitt.de .